“互联网 +”时代区域性主流报纸的困境与出路

摘　要：互联网时代的到来，新媒体的出现，对传统媒体带来了巨大的冲击。在受众不断被分流，目标市场领域日渐萎缩的情况下，传统区域性主流报纸要想长远发展，必须要直面问题，探索新的发展出路。文章以区域性主流报纸为研究对象，剖析了“互联网 +”时代区域性主流报纸的困境，指明了区域性主流报纸的发展出路，以期能对传统报媒的发展有所帮助和借鉴。

关键词：“互联网 +”时代；区域主流报纸；困境；出路

中图分类号：G219.2　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2018）05-104-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.05.034

文 / 靳文庆

进入 21 世纪后，媒介技术变革和新媒体的出现，使传媒产业开始了大规模、全方位的洗牌。许多传统媒体开始朝着多媒体、全媒体和融媒方向转型，媒介融合成为社会主流形态。作为传统媒介的代表，许多区域性主流报纸在新媒体时代因受众分流、管理困难也陷入了发展困境。认清自身所处的形势，加大融媒策略研究，通过媒介变革走上可持续发展之路，就成为区域性主流报纸必须要关注的问题。

1.“互联网 +”时代区域性主流报纸的困境

主流报纸的最大困境是目标市场的不断萎缩，阅读人群急速下降。报刊的订阅量减少问题，发行成本上升问题，如何拯救传统报刊等问题，成为阻碍主流报纸发展的瓶颈。主流媒体如何顾及读者需要，发出主流的声音，突破重围，实现融媒体全方位发展战略[1]。最好的解读是扭转发行量下降局面，壮大自身的力量，提高主流报业的经济实力，以资本运营为手段，全面推动报业深层次改革与发展。

1.1 读者流失，效益差

在全媒体时代，受新媒体冲击，传统媒体迎来了前所未有的挑战。如今，许多新媒体正经历着严寒，显露出颓废之势，这一点，从广告经营和读者规模上可见一斑；如今人们的阅读时间非常碎片化，一份报纸，即使是电子版，也几乎没有时间来读完，大多数是利用手机这些便携工具，零敲碎打，大致了解一下，不求甚解；如今许多报纸的广告刊例收入同比不断下滑，广告面积也逐渐降低，广告收入大幅度跳水，对于区域性报纸来说这无疑是个致命的问题。一些优秀的区域性报纸如《京华时报》因为市场变化太大，都开始想法突围，但突围未果，亏损更加严重。反观网络媒介，许多网络媒介的广告收入不断增长，网媒的记者队伍也不断扩大。如果不加快创新，报纸与其他媒体的前景堪忧。

1.2 交互性差，吸引力下降

交互性是互联网的一个重要特性，在互联网基础之上发展起来的新媒体都具有较强的交互性和即时性，而交互性和即时性也改变了“受众”的成分，使许多受众都参与到新媒体信息制造和传播中来。受此影响，新媒体用户和受众数量不断增多。区域性主流报纸虽然在内容上具有较强的可信度，但是它在交互性和即时性上效能不足，许多首发新闻不是由报纸而是由互联网媒介发出的，这是报纸无法克服的缺陷。即便是许多区域性报纸已经开通了读者热线，也加大了兼职通讯员队伍建设，开通了微博和微信公众号，但报纸的即时性仍旧无法与新媒体较量，所以，报纸对于广告商和受众的吸引力都大大降低。

1.3 公信力下降

虽说在新媒体时代，新媒体叫座不叫好是一个不争的事实，但是不可否认，新媒体的收益和吸引力都较好。报纸、电视等传统媒体的影响力和公信力虽然还在，尤其是主流传统媒体的公信力是毋庸置疑的，但是，整体来看，传统媒体在受众心中的位置已经发生了动摇。至少是在媒体工作队伍和竞争格局大洗牌的情况下，区域性主流报纸的影响力和公信力受到了明显影响。

1.4 商业实践能力的缺乏

封闭是所有缺乏竞争的机的特点，封闭不代表与外界无交流，是有限度的、低层次的沟通。媒体从业者的流动性极低，跨行业进入一个媒体很难。记者采访的信息和判断，往往和业内人士所具备的行业常识不一致，封闭结构锻造出来的媒体工作者，往往缺乏基本的商业实践能力。目前，活跃在媒体的主力军，要么是进入媒体圈多年的老新闻人，要么是刚从新闻传播学院毕业的学生。由于媒体单位收入偏低，媒体招聘专业人才困难，如财经媒体的招聘，金融机构的顶尖人才不会去应聘，这将导致媒体专业程度不足，对于一个新闻系刚毕业的学生来说，通过专业学习和培训，采访简单的民生新闻或许可行，而处理一篇有深度的行业报道就很难了。

2.“互联网 +”时代区域性主流报纸的出路

纸媒与网络媒体最大的区别在于网络媒体更加方便

高速，而区域性主流报纸却存在一些臃肿，这些臃肿又让区域性主流报纸多了一丝存在的价值。这价值便是人们在纸质阅读中愉悦感的获得，臃肿会是另一种存在价值。正如美国著名传播学者施拉姆提出的“传播获选的或然率公式”就是：一条信息被人们注意和选择的可能性与它提供给人们的内容价值成正比，与人们获得它所消耗的时间和精力成反比[3]。对于读者来说，获得内容才是目的。不管信息是印在报纸上，还是显示在移动手机屏幕上，信息质量是要保证的。目前的舆论形势非常的复杂，网上自媒体拼凑的假新闻居多，区域性主流报纸坚持做好新闻真的很难。区域性主流报纸的出路体现在传播竞争中，就是要细分传播市场，研究受众接收心理，要在服务受众上下功夫。

2.1 坚持本土发展理念，做好新闻宣传

我国报业市场竞争早已白热化，坚持本土理念，通过新闻本土化、娱乐化扩大市场占有率，已成为报纸产业的一个黄金准则。与主流报纸相比，区域性主流报纸在权威性和内容深度等方面相对不足，但是，它在本土新闻发掘方面有着显著优势。再则，区域性主流报纸是地方喉舌，它在受众心中具有一定的吸引力和美誉度。因此，区域性主流报纸要看清自己的优势和劣势，避免盲目乐观的情绪，扬长避短，坚持本土发展理念，做好本土新闻。确切来说，本土报纸要科学进行市场定位，如城市党报要坚持权威定位，晚报要坚持市民化定位。然后，坚持内容为王原则，本着不同的态度进行本土重大新闻、重大问题、民生新闻报道，适当扩大地方新闻的版面，增设郊县新闻或区街新闻专版，将目光聚焦城市教育、卫生、社保事业，积极宣传正面典范，注意新闻的地域性、实效性和实用性。与此同时，尊重受众需求，合理掌控民生新闻的比例，以拉家常的方式打造民生新闻节目，从新的角度去发掘新闻卖点，以提升报纸的传播力度。

2.2 重视广告业务，进行结构调整

在新媒体强势崛起的情况下，每年会有一些报纸、杂志停刊，为此，许多人都发出了“纸媒已死”的感慨[4]。其实，这种结局不过是同质化竞争和淘汰的结果。这也给其他报纸发出了警告，我们既要尊重优胜劣汰的市场规律，还要奋起直追，才能走得更远。广告是决定报纸发展的根本，因此，在“互联网 +”时代，区域性主流报纸要给予广告业务足够重视，从报纸质量着手，提高报纸影响力和发行量，然后以品牌为支撑，做好地方广告资源开发和维护工作。如建设一支高水平的广告策划团队，为广告主量身打造合适的广告内容和传播方式，与广告主建立良好的关系，实现广告效益最大化。与大客户签署年度广告投放合同，进行版面资源置换，形成互利共生的关系。为了提高资源利用效率，报社还要加强人力资本和技术投入，加强新闻采编队伍建设，进行内部组织结构调整，同时加大与地方广电业的整合，为政府决策和地方经济发展献言献策，以提高报纸的影响力。

2.3 走媒体融合发展之路

媒介融合已经成为社会发展潮流，如今，许多传统媒体建立了自己的综合性新媒体平台。区域性主流报纸也要尽快制定全媒体发展战略，依托手机和网络媒介，组建融媒体平台，打造地方报纸全媒体，拓宽报纸的网络发展空间。这也要求区域性主流报纸大力整合资源，将网络话语融入到报纸民生新闻制作中去，拓宽报纸发展思路，建设报纸官网、微博，开通报纸微信公众号，制作适合网络平台的报纸新闻节目，将报纸节目嫁接到网络领域，同时提高信息传播水平，提高资源利用率。然后，利用新媒体加强与受众的互动，经常举办一些线上、线下活动，以拉近与受众的距离，发掘更多的受众。

2.4 媒体融合坚持全方位创新

在网络社会里，信息传播速度太快，不论是纸媒这种形式还是纸媒的从业人员都受到冲击。人才资源是媒体第一资源，青年人才是人才媒体资源中最富有潜力和活力的部分。媒体融合时代要坚持全方位创新，有效提升区域性主流报纸的传播力、影响力，在区域性媒媒中形成合力，打造区域性主流传播共同体。基于“互联网 +”时代主流报纸报道，新闻传播不仅是在一时一事上反应迅速，更是面对整个舆论生态和媒体格局的变化时，能保持强烈的新媒体敏感，在认识和布局上先行一步，掌握先机，取得了“双赢”成果。

结语

总之，在“互联网 +”时代，区域性主流报纸面临着严峻的发展形势。区域性主流报纸只有改进传播策略，整合媒体资源，找准与新媒体的契合点，提高经营水平，才能拥有较高的影响力，提高经营效益，实现报纸的可持续发展，通过媒体改革和新闻传播手段载体的创新，让正确的思想舆论入脑入心。媒

参考文献

[1] 姜笑君，张玲 .“互联网 +”时代区域性主流报纸的困境与出路 [J]. 传媒，2018（01）：32-34.

[2] 王淑 . 新媒体冲击下地方报纸保持发展优势的策略 [J]. 新闻研究导刊，2017，8（11）：241.

[3] 关秀玥 . 当前地方主流媒体的困境与出路浅析 [J]. 新闻爱好者 2017（06）66-68 .

[4] 李馨 . 地方报纸媒介融合的发展策略研究 [J]. 东南传播，2015（06）：10-12.

（作者单位：河南省商丘日报报业集团）